

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович
 Должность: И.о. ректора
 Дата подписания: 25.10.2022 12:53:55
 Уникальный программный ключ:
 c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Бакалавриат
Реклама и связи с общественностью в коммерческой
и некоммерческой сферах
АННОТАЦИЯ

рабочей программы практики в форме практической подготовки
Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой
деятельности
Практика части учебного плана, формируемой участниками образовательных
отношений
Форма обучения - очная, заочная

Составитель аннотации – Марочкина Светлана Станиславовна, к.экон.н., доцент, доцент каф. общей психологии и социальных коммуникаций



Общая трудоемкость практики (ЗЕТ / час.)	6 / 216
Место практики в структуре образовательной программы	Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой деятельности в форме практической подготовки относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б2 «Практики» ФГОС ВО образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Содержание практики (основные темы, разделы, модули)	<p>Подготовительный. Подготовка к прохождению практики в форме практической подготовки: участие в установочной конференции: -ознакомление студентов-практикантов с целями, задачами, временем и местом прохождения практики в форме практической подготовки. прохождение инструктажа по технике безопасности; распределение по базам практики в форме практической подготовки; проведение инструктажа по самостоятельной работе студентов, по ведению дневника практики в форме практической подготовки и оформлению отчета. согласование рабочего графика (плана) проведения практики в форме практической подготовки с руководителем практики в форме практической подготовки от профильной организации; разработка плана прохождения практики в форме практической подготовки.</p> <p>Основной. Составление общей характеристики организации, которая является местом прохождения практики. Описание рыночного положение объекта практики. Описание отдела, в котором работает практикант, обязанностей, поручений, графика и объема работ. Изучение нормативно-правовых актов и локальной документации. SWOT-анализ сильных и слабых сторон организации, анализ продукта и его конкурентного преимущества на рынке, изучение спроса и предложения, изучение конкурентов, исследование каналов коммуникаций и рекламных материалов, изучение методов стимулирования реализации продукции организации. Организация и проведение маркетинговых исследований. Анализ основных бизнес-процессов предприятия в области коммуникационной политики. Разработка коммуникационных мероприятий. Разработка практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.</p> <p>Заключительный. Обработка и анализ полученной информации, подготовка письменных отчетов и документов по практике в форме практической подготовки; итоговая</p>

	конференция по практике в форме практической подготовки. Публичная защита с подготовкой доклада и/или электронной презентацией, выполненной в ходе практики в форме практической подготовки
Формируемые компетенции (коды)	ПКУВ-1; ПКУВ-3.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	<p>ПКУВ-1.1. Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.</p> <p>ПКУВ -1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПКУВ -1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p> <p>ПКУВ-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента.</p> <p>ПКУВ-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.</p> <p>ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.</p>
Образовательные технологии	<p>Информационно-развивающие технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> – самостоятельное изучение литературы; – использование электронных средств информации. <p>Деятельностные практико-ориентированные технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализ конкретных производственных ситуаций; – моделирование профессиональной деятельности в образовательном процессе; <p>Личностно-ориентированные технологии обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проблемное обучение – стимулирование самостоятельно получать знания; – индивидуальное обучение – выстраивание собственных образовательных траекторий с учетом их интересов и предпочтений; – междисциплинарное обучение – использование знаний из различных областей, группируемых и концентрируемых в контексте конкретных задач.
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

Зав.кафедрой ОПиСК, к.псих.н., доцент

 И.Б. Шуванов